

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG
GALAXY SERIES DI PLAZA MARINA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :
DIANDRA ANDROMEDA
1042010012

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2014

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG
GALAXY SERIES DI PLAZA MARINA SURABAYA

Disusun Oleh:

DIANDRA ANDROMEDA
NPM 1042010012

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Progdil Ilmu
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 23 Juni 2014

Menyetujui,

Pembimbing

Tim Penguji :

1. Ketua

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001
2. Sekretaris

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

3. Anggota

R.Y. Rusdianto, S. Sos, M.Si
NIP. 372069500461

Mengetahui,
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550781993022001

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG
GALAXY SERIES DI PLAZA MARINA SURABAYA

Disusun Oleh :

DIANDRA ANDROMEDA
NPM 1042010012

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 19550781993022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Hubungan Antara Produk, Harga, dan Promosi Dengan Keputusan Konsumen Membeli Smartphone Samsung Galaxy Series Di Plaza Marina Surabaya”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak baik, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”

Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

5. Kedua orang tua terutama Ayah penulis yang telah tiada memotivasi untuk menyelesaikan segera skripsi ini yang telah banyak memberikan dukungan baik moril maupun materiil.
6. Teman – teman seperjuangan angkatan 2010 di progdi Administrasi Bisnis.

Semoga segala bantuan dan kebaikan yang telah diberikan tersebut mendapat limpahan berkat dari Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kerendahan hati bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi kesempurnaan dalam skripsi ini.

Harapan penulis semoga dengan terselesainya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Surabaya, Juni 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAKSI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.2 Pemasaran.....	11
2.1.2.1 Manajemen Pemasaran	11

2.1.2.2 Konsep Pemasaran.....	14
2.1.2.3 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2.4 Strategi Pemasaran	18
2.1.2.5 Fungsi Pemasaran	21
2.1.2.6 Bauran Pemasaran	22
2.1.3 Perilaku Konsumen	23
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4 Keputusan Pembelian	32
2.1.4.1 Keputusan Membeli.....	32
2.1.4.2 Peran yang Terjadi Dalam Keputusan Pembelian	33
2.1.4.3 Tahap-tahap Dalam Keputusan Pembelian	34
2.1.4.4 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	35
2.2 Kerangka Berfikir	36
2.3 Hipotesis.....	38
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 39
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.1.1 Definisi Operasional.....	39
3.1.2 Pengukuran Variabel	41
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	41
3.2.1 Populasi	41
3.2.2 Sampel	42

3.2.3	Teknik Penarikan Sampel.....	43
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.3.1	Jenis Data.....	43
3.3.2	Sumber Data	43
3.3.3	Pengumpulan Data	44
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	44
3.4.1	Uji Validitas.....	44
3.4.2	Uji Reliabilitas	45
3.5	Teknik Analisa Data	46
3.6	Uji Hipotesis.....	47
3.6.1	Uji Simultan (Uji F)	47
3.6.2	Uji Korelasi Parsial	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	51
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan Samsung.....	51
4.1.2	Lokasi Perusahaan.....	51
4.1.3	Visi dan Misi Samsung Elektronik	52
4.2	Penyajian Data.....	54
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	
	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden	
	Berdasarkan Usia	54

4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden	
	Berdasarkan Pekerjaan	55
4.2.4	Deskripsi Variabel Produk (X_1)	56
4.2.5	Deskripsi Variabel Harga (X_2)	58
4.2.6	Deskripsi Variabel Promosi (X_3)	59
4.2.7	Deskripsi Variabel Keputusan Membeli (Y)	61
4.3	Analisis dan Pengujian Hipotesis	62
4.3.1	Uji Validitas	62
4.3.2	Uji Reliabilitas	65
4.3.3	Analisis Korelasi Ganda	66
4.3.4	Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.3.5	Pengujian Hipotesis	68
4.3.6	Uji Simultan (Uji F)	68
4.3.4	Uji Korelasi Parsial	70
4.4	Pembahasan	75
4.4.1	Pembahasan Secara Simultan (Uji F)	75
4.4.2	Pembahasan Secara Korelasi Parsial	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG
GALAXY SERIES DI PLAZA MARINA SURABAYA

DIANDRA ANDROMEDA

1042010012

ABSTRACT

The rapid development of technology has contributed positively in all fields especially in the field of business. Information technology today has made a lot of foreign companies into competing in conducting research and development of technology owned by their respective companies. Then the results of research and technological development undertaken by each of these companies, generating a new innovation in information technology, the Smartphone.

One company that has a great resource technology is Samsung. Samsung is one of the South Korean company is currently ranked first in the world smartphone sales. Samsung started to be excellent for everyone when it begins to introduce an operating system created by Google that is Android enterprise. Since then, Samsung is really experiencing a tremendous increase in revenues from the sale of the smartphones that then other companies started to follow the operating system of Android such as Sony, LG, Lenovo, even Nokia are now using Android. This study aims to determine whether there is a relationship or how strong the relationship between Product, Price, and Promotion of the consumer's decision to buy the Smartphone Samsung Galaxy series in the Plaza Marina Surabaya.

The variables used in this study is the variable Product, Price, and Promotion. This study menggunakan quantitative research methods and primary data. Research and analysis of objects by using the questionnaire technique. The sample used in this study were 97 persons buyer Smartphone Samsung Galaxy series in the Plaza Marina Surabaya. The analysis technique used is the technique of Multiple Correlation Analysis.

The results of this study are variables Product, Price, Promotion simultan and partially significantly associated with the consumer's decision to buy the Smartphone Samsung Galaxy series in the Plaza Marina Surabaya.

Keywords: Product (X_1), price (X_2), Promotion (X_3), and the Decision to Buy (Y)

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI SMARTPHONE SAMSUNG
GALAXY SERIES DI PLAZA MARINA SURABAYA

DIANDRA ANDROMEDA

1042010012

ABSTRAKSI

Perkembangan teknologi yang semakin pesat banyak memberi kontribusi positif di segala bidang khususnya dibidang bisnis. Teknologi informasi saat ini telah membuat banyak perusahaan-perusahaan asing menjadi berlomba-lomba dalam melakukan riset dan pengembangan dari teknologi yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan. Kemudian hasil dari riset dan pengembangan teknologi yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan tersebut, menghasilkan sebuah inovasi baru dalam teknologi informasi, yaitu ponsel pintar atau Smartphone.

Salah satu perusahaan yang mempunyai sumber daya teknologi yang besar adalah Samsung. Samsung adalah salah satu perusahaan asal Korea Selatan yang saat ini menduduki peringkat pertama dunia dalam penjualan Smartphonenya. Samsung mulai menjadi primadona bagi semua orang saat mulai memperkenalkan sistem operasi yang dibuat oleh perusahaan Google yaitu Android. Semenjak saat itu, Samsung benar-benar mengalami peningkatan yang luar biasa dalam hal pendapatan dari hasil penjualan Smartphone tersebut yang kemudian perusahaan-perusahaan lainnya pun mengikuti memakai sistem operasi Android seperti Sony, LG, Lenovo, bahkan sampai Nokia pun sekarang menggunakan Android. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau seberapa kuatkah hubungan antara Produk, Harga, dan Promosi dengan keputusan konsumen membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Produk, Harga, dan Promosi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan data primer. Penelitian dan analisis objek yaitu dengan menggunakan teknik kuesioner. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 97 orang pembeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik Analisis Korelasi Ganda.

Hasil dari penelitian ini adalah variabel Produk, Harga, dan Promosi secara simultan dan parsial berhubungan signifikan dengan keputusan konsumen membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya.

Kata Kunci : Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Keputusan Membeli (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan jaman, kemajuan IT termasuk salah satu kemajuan pesat yang telah terjadi dimana-mana. Terutama memasuki awal millennium baru pada awal tahun 2000an kemajuan IT menjadi sangat pesat. Sepuluh tahun lebih setelah pada awal 2000an sekarang kita bisa menyaksikan sendiri seperti apa kemajuan yang terjadi di bidang IT tersebut, seperti HP, komputer, dan internet. Handphone mulai masuk di Indonesia periode 1990-awal 2000an, pada saat itu masih jarang yang mempunyai HP karena harganya yang memang mahal, dan waktu itu bentuk dari HP masih sangat sederhana. Seiring berjalanya waktu harga hp pun mulai turun dan teknologi hp pun semakin canggih, lihat saja handphone jaman sekarang, seperti Smartphone menjadi kebutuhan manusia sehari-hari dan hampir semua orang dengan tingkat mobilitas tinggi pasti menggunakan Smartphone.

Kemudian komputer, sama seperti hp pada akhir 1990an hingga awal 2000an sangat jarang orang yang mempunyai komputer karena harga yang mahal, tetapi sekarang dengan harga yang pas, banyak orang menggunakan PC tersebut dan menjadi kebutuhan sehari-hari, begitu juga internet yang mengalami kemajuan sangat pesat. Tetapi penulis akan membahas IT tentang handphone.

Salah satu hal yang membuat semakin berkembang majunya handphone adalah tentunya tidak lepas dari gencarnya promosi atau strategi pemasarannya dari perusahaan yang memproduksi handphone tersebut.

Sama halnya dengan salah satu perusahaan di bidang IT yaitu Samsung yang merupakan produsen dan penjual handphone yang di masa sekarang disebut Smartphone yang mulai gencar menjual dan memasarkan produknya yang saat ini menjadi primadona bagi semua kalangan orang yaitu Smartphone yang berbasis O.S Android.

Perusahaan handphone Samsung tersebut benar-benar menyadari strategi pemasaran atau promosi merupakan salah satu cara yang paling tepat untuk mempromosikan produk yang mereka buat, mereka menggunakan berbagai media untuk memasarkan produknya, seperti media internet, media iklan surat kabar atau media cetak. Melalui media dan surat kabar, perusahaan handphone tersebut berusaha meyakini bahwa kualitas produk mereka tidak kalah dengan merk-merk lain karena itu perusahaan akan membuat strategi pemasaran agar produk-produknya bisa laku dipasaran.

Tujuan didirikan perusahaan adalah memperoleh laba maksimal yang diperoleh dari penjualan produk. Untuk mencapai sukses dan berkembangnya suatu perusahaan perlu adanya suatu cara yang tepat, sistematis dan dapat dipertanggung jawabkan. Sehingga kunci dalam meraih tujuan perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan kepuasan secara lebih daripada yang diberikan oleh

pesaingnya. Mengingat begitu pentingnya pemahaman kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga perlu diadakan pemahaman pasar terlebih dahulu, terhadap pasar konsumen mengenai segmentasi pasar yang akan dituju oleh perusahaan dan perilaku konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen dan segmen pasar yang akan dituju atau pasar sasarnya, maka kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai lembaga yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan, sangat bergantung pada perilaku konsumennya sehingga dapat menimbulkan suatu kepuasan, dimana dapat mendorong konsumen selalu menggunakan atau melakukan pembelian, selain itu dapat juga menambah langganan baru sehingga dapat meningkatkan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Agar berhasil didalam pemasaran produknya dan dapat bersaing dengan produk pesaing, maka pihak perusahaan akan melaksanakan teknik-teknik ataupun kiat-kiat pemasaran baik dalam pengragaman produk, penetapan harga, pelaksanaan promosi atau pemasaran maupun distribusi, teknik atau kiat-kiat tersebut dilakukan tidak lain untuk mempengaruhi konsumen untuk kemudian membeli produk yang ditawarkanya. Dalam hal ini konsumen tidak hanya berpikir untuk pemenuhan kebutuhan saja, tetapi konsumen mulai membandingkan antara produk satu dengan produk yang lainnya. Harga yang murah murah tetapi tetap mempunyai kualitas dan daya saing tetap menjadi pertimbangan konsumen didalam memutuskan untuk menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kesuksesan dalam pemasaran akan mendapat keuntungan bagi perusahaan, yaitu meningkatkan volume penjualan.

Dengan adanya kemajuan teknologi menyebabkan semakin banyak produk yang dihasilkan dan ditawarkan di pasar, yang mana merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan untuk disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keanekaragaman produk akan dapat memberikan kesempatan yang lebih luas kepada konsumen untuk membeli dan memilih produk dengan berbagai macam keunggulan dan keistimewaan masing-masing.

Semakin banyaknya perusahaan yang masuk dalam industri sejenis, maka banyak pula produk serupa yang ditawarkan pada pasar konsumen sehingga akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Agar tetap eksis atau bertahan maka perusahaan harus bisa mengatasi permasalahan tersebut. Akibatnya segala bentuk penyampaian pesan-pesan produk, terutama melalui iklan semakin gencar untuk menarik perhatian konsumen agar berminat terhadap produk yang ditawarkan.

Agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat tersebut, perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi handphone tersebut juga harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen pada masa sekarang dan masa yang akan datang.

Oleh karena itu sangatlah penting dan perlu bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen didalam memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh pasar, sekaligus memanfaatkan kesempatan

yang dimiliki, serta selalu memperhatikan faktor-faktor, yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan yaitu mengenai kualitas atau mutu produk yang ditawarkan, harga yang ditetapkan, fasilitas yang disediakan dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

Keputusan konsumen membeli adalah suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk menetapkan kebutuhan akan barang dan jasa yang perlu dibeli serta mengidentifikasi, mengevaluasi dan memilih diantara alternatif produk, harga, promosi dan tempat. Seperti konsumen yang membeli handphone Samsung setelah melakukan identifikasi, evaluasi, dan memilih produk yang ditawarkan, harga yang ditawarkan, serta promosi yang dilakukan maka diharapkan konsumen akan melakukan suatu keputusan untuk membeli.

Berikut ini adalah data penjualan Smartphone merk Samsung pada tahun 2012 dan 2013 yang ternyata data ini membuktikan bahwa Samsung berada pada posisi teratas dalam penjualan Smartphonanya.

Worldwide Smartphone Sales to End Users by Vendor in 2Q13 (Thousands of Units)

Company	2Q13 Units	2Q13 Market Share (%)	2Q12 Units	2Q12 Market Share (%)
Samsung	71,380.9	31.7	45,603.8	29.7
Apple	31,899.7	14.2	28,935.0	18.8
LG Electronics	11,473.0	5.1	5,827.8	3.8
Lenovo	10,671.4	4.7	4,370.9	2.8
ZTE	9,687.6	4.3	6,331.4	4.1
Others	90,213.6	40.0	62,704.0	40.8
Total	225,326.2	100.0	153,772.9	100.0

Source: Gartner (August 2013)

Berdasarkan uraian data diatas, dapat dikatakan bahwa Samsung menjadi perusahaan penjual Smartphone yang paling diminati di seluruh dunia, maka dari itu Samsung berada pada peringkat pertama dalam hal penjualan produknya, mengalahkan perusahaan dengan merk besar lainnya seperti Apple, LG, dan Lenovo. Saat ini Samsung memang menjadi primadona bagi semua orang, karena itu Samsung bisa menjadi leader dalam penjualan produk-produknya.

Dengan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berhubungan dengan penjualan Smartphone Samsung karena sekarang ini Samsung menjadi primadona dan banyak pengguna produk tersebut, apakah konsumen dengan melihat produk, harga, dan promosi bisa melakukan keputusan pembelian Smartphone Samsung tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang di atas yang telah dikemukakan oleh penulis, maka dengan ini penulis menyusun proposal skripsi yang berjudul “Analisis Hubungan Antara Produk, Harga, dan Promosi Dengan Keputusan Konsumen Membeli Smartphone Samsung Galaxy Series di Plaza Marina Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang tersebut di atas, maka bisa dirumuskan permasalahannya antara lain sebagai berikut :

- a. Apakah produk, harga, dan promosi berhubungan secara simultan dengan keputusan konsumen untuk membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya?
- b. Apakah produk, harga, dan promosi berhubungan secara parsial dengan keputusan konsumen untuk membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa hubungan antara produk, harga, dan promosi secara simultan dengan keputusan konsumen untuk membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa hubungan antara produk, harga, dan promosi secara parsial dengan keputusan konsumen untuk membeli Smartphone Samsung Galaxy series di Plaza Marina Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Memberikan bukti secara empiris mengenai variabel-variabel yang dapat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan dalam melakukan suatu pembelian produk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan teori pemasaran khususnya teori dalam pengambilan keputusan.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai solusi alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan masalah yang berhubungan dengan variabel yang berhubungan dengan suatu keputusan pembelian. Sehingga dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.